

**STRATEGI MEDIA SOSIAL PROMOSI ETIVE STUDIO DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DI INSTAGRAM**



SKRIPSI

Chandra Wirawan Phoan

00000054183

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2026**

STRATEGI MEDIA SOSIAL PROMOSI ETIVE STUDIO DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS DI INSTAGRAM



2026

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Chandra Wirawan Phoan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000054183

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul:

STRATEGI MEDIA SOSIAL PROMOSI ETIVE STUDIO DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DI INSTAGRAM

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 16 January 2026



(Chandra Wirawan Phoan)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
**STRATEGI MEDIA SOSIAL PROMOSI ETIVE STUDIO DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DI INSTAGRAM**

Oleh

Nama : Chandra Wirawan Phoan
NIM 00000054183
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis., 16 January 2026

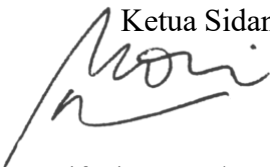
Pukul 14.30 s.d 16.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji


Dr. Bonifacius Hendar Putranto, S. S.,
M.Hum.
_NIDN 0407047904


Helga Liliani Cakra Dewi, S. I. Kom., M. Comm
NIDN 0317089201

Pembimbing


Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si.
_NIDN 0308036601

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Chandra Wirawan Phoan

NIM : 00000054183

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : Strategi Media Sosial Promosi Etime Studio

Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Instagram

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
- ☒ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 16 January 2026



(Chandra Wirawan Phoan)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul **“STRATEGI MEDIA SOSIAL PROMOSI ETIVE STUDIO DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DI INSTAGRAM”** guna memenuhi gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Adapun skripsi ini tidak akan bisa sampai pada titik ini tanpa dukungan dan bimbingan dari pihak terkait. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Dr. Bonifacius Hendar Putranto, S. S., M.Hum. selaku Ketua Sidang yang telah memimpin jalannya sidang dengan bijak serta memberikan arahan dan masukan yang sangat berarti untuk penyempurnaan tugas akhir ini.
6. Helga Liliani Cakra Dewi, S.I Kom., M.Comm., selaku penguji yang telah memberikan kritik, saran, serta masukan yang membantu penulis dalam memperbaiki dan menyempurnakan tugas akhir ini.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Pricillia Haneyta, Wesley Gilbert dan Dr. Ricardo Indra, selaku informan yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan informasi dan berbagi pengalaman sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik dan memperoleh hasil yang maksimal.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca sebagai sumber

informasi maupun inspirasi bagi para pembaca.

9. Seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan bantuan dan motivasi dalam pembuatan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi bagi para pembaca

Tangerang, 16 January 2026



Chandra Wirawan Phoan

STRATEGI MEDIA SOSIAL PROMOSI ETIVE STUDIO DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DI INSTAGRAM

Chandra Wirawan Phoan

ABSTRAK

Media sosial merupakan suatu perkembangan dari teknologi komunikasi di era modern yang memberikan dampak dan pengaruh pada kehidupan manusia. Seiring waktu berjalan perkembangan media sosial semakin menarik dan inovatif. Sehingga media sosial dimanfaatkan oleh perusahaan atau organisasi dalam menjalankan promosi. Penerapan yang dilakukan adalah *social media marketing*, strategi promosi dan loyalitas pelanggan. Etive Studio menjadi salah satu merek yang bergerak di bidang fotografi yang memanfaatkan media sosial dalam melakukan pemasaran promosi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi media sosial promosi Etive Studio di Instagram dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dengan audiens karena media sosial yang dimanfaatkan oleh Etive Studio salah satunya Instagram. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deksriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Dalam mengumpulkan data melalui wawancara semi terstruktur dilakukan kepada para informan sebagai data primer, buku dokumen dan artikel sebagai data sekunder. Konsep dan teori yang digunakan pada penelitian ini adalah *Social Media Marketing*, *Strategy Social Media Wheel* & Loyalitas Pelanggan. Uji keabsahan dilakukan melalui triangulasi informan dengan tahapan seperti wawancara, dokumentasi dan observasi langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi Etive Studio di Instagram dilakukan secara konsisten melalui konten visual menarik, pemanfaatan fitur Instagram, serta interaksi aktif dengan audiens. Strategi ini meningkatkan keterlibatan, membangun kepercayaan, dan mendorong loyalitas pelanggan yang tercermin dari pembelian ulang dan rekomendasi. Kesimpulan penelitian ini adalah strategi media sosial promosi berperan penting pada meningkatkan loyalitas pelanggan Etive Studio di Instagram.

Kata kunci: Media Sosial Promosi, Loyalitas Pelanggan, Instagram, .

STRATEGY SOCIAL MEDIA PROMOTION ETIVE STUDIO IN INCREASING CUSTOMER LOYALTY ON INSTAGRAM

Chandra Wirawan Phoan

ABSTRACT

Social media is a development of modern communication technology that has a significant impact on human life. Its dynamic growth has made social media increasingly innovative and widely used by companies in carrying out promotional activities. Etive Studio is a photography brand that utilizes Instagram as a platform for marketing and promotional strategies to build customer loyalty. This study aims to analyze how Etive Studio implements its social media promotional strategy on Instagram to enhance customer loyalty and audience engagement. The research employs a qualitative descriptive approach with a case study method. Data were collected through semi-structured interviews with key informants as primary data, supported by relevant documents, books, and articles as secondary data. The theoretical concepts used include Social Media Marketing, the Social Media Strategy Wheel, and Customer Loyalty. Data validity was ensured through informant triangulation involving interviews, documentation, and direct observation. The research findings indicate that Etive Studio's promotional strategy on Instagram is implemented consistently through engaging visual content, the effective use of Instagram features, and active interaction with the audience. This strategy increases engagement, builds trust, and encourages customer loyalty, as reflected in repeat purchases and customer recommendations. The findings indicate that Etive Studio's social media promotional strategy plays a crucial role in increasing audience engagement and customer loyalty on Instagram. Therefore, well-planned and consistent social media promotion contributes significantly to maintaining and strengthening the loyalty of Etive Studio's customers. .

Keywords: Social Media Promotion, Customer Loyalty, Instagram, ..

DAFTAR ISI
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

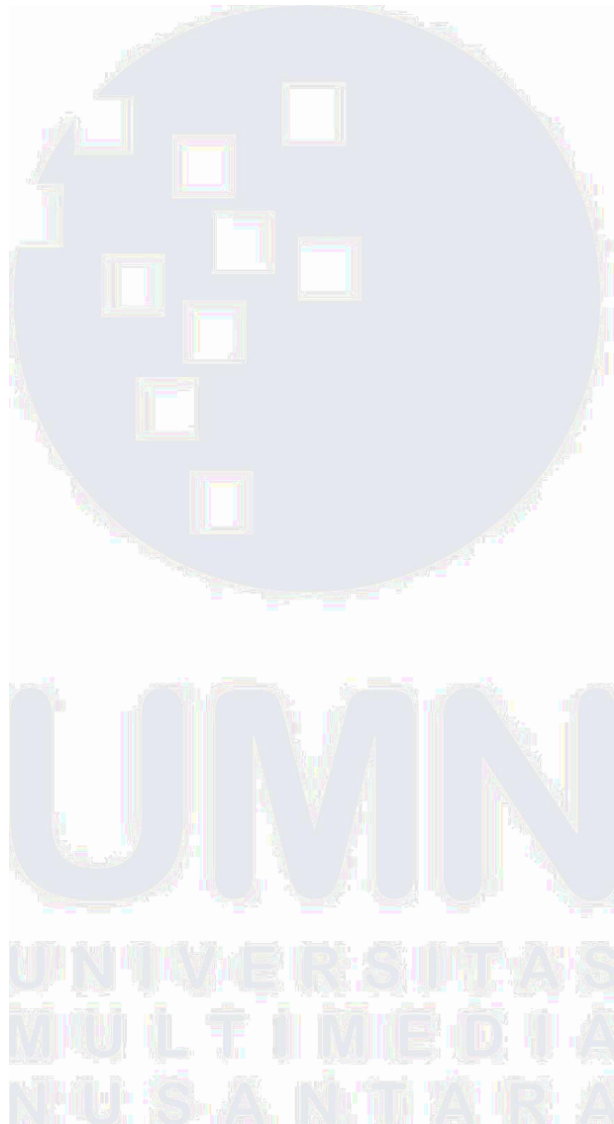
ii

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	9
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Kegunaan Penelitian	9
1.5.1 Kegunaan Akademis.....	9
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	9
1.5.3 Kegunaan Sosial	10
1.6 Keterbatasan Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	11
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Konsep.....	19
2.2.1 Social Media Marketing	19
2.2.2 Strategy Social Media Wheel	22
2.2.3 Strategi Promosi	25
2.2.4 Instagram.....	26
2.2.5 Loyalitas Konsumen.....	28
2.2.6 Penggunaan Influencer	31

2.3 Konsep Pemikiran	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1. Paradigma Penelitian.....	35
3.2. Jenis dan Sifat Penelitian	36
3.3. Metode Penelitian.....	37
3.4. Pemilihan Informan.....	39
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5.1. Data Primer	41
3.6. Keabsahan Data	42
3.7. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Subjek dan Objek Penelitian.....	44
4.1.1. Subjek Penelitian.....	44
4.1.2. Objek Penelitian	48
4.2 Hasil Penelitian.....	50
4.2.3.1 Visi dan Misi	55
4.3 Pembahasan.....	70
4.3.1. Pola Strategi Media Sosial Etive Studio Berdasarkan Social Media Strategy Wheel	70
4.3.2. Pola Strategi Media Sosial Etive Studio Berdasarkan Kerangka 8C	84
4.3.3. Implikasi Hasil Analisis Pola 8C bagi Penguatan Strategi Digital Etive Studio.....	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	110
5.1. Kesimpulan.....	110
5.2. Saran.....	111
5.2.1 Saran Akademis.....	111
5.2.2 Saran Praktis	111
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN	116

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Tabel Informan.....	40



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Media Terbanyak	1
Gambar 1.2 Platform Penggunaan Social Media Terbanyak.....	3
Gambar 1.3 Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia.....	5
Gambar 1.4 Logo Perusahaan Etive Studio.....	5
Gambar 1.5 Instagram Etive Studio.....	6
Gambar 1.6 Website Booking Etive Studio.....	7
Gambar 1.7 Feeds Etive Studio Serpong.....	8
Gambar 2.1 Social Media Strategy Wheel.....	22
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4.1 Logo Etive Studio	44
Gambar 4.2 Foto Ruangan Etive Studio	45
Gambar 4.3 Pricillia Haneyta	46
Gambar 4.4 Wesley Gilbert.....	47
Gambar 4.5 Ricardo Indra	48
Gambar 4.6 Konten <i>BIG SALE 10.10</i>	49
Gambar 4.7 Hightlight dan <i>Big Sale 10.10</i>	49
Gambar 4.8 Logo Etive Sebelum dan Sesudah.....	50
Gambar 4.9 Collab dengan @Kumparanwoman	57
Gambar 4.10 Kampanye Menggunakan KOL	58
Gambar 4.11 KOL Etive Studio	59
Gambar 4.12 Konten Date Ideas & Problem Solving.....	62
Gambar 4.13 Konten Etive Rutin	64
Gambar 4.14 Poster Blackping Deadline World Tour.....	65
Gambar 4.15 Kampanye Cowboy Hat.....	66
Gambar 4.16 Promosi Harga Miring	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Turnitin.....	116
Lampiran B Form Bimbingan.....	117
Lampiran C Lembar Persetujuan Wawancara	118
Lampiran D Transkrip Wawancara	120

